

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Periklanan merupakan salah satu alat yang paling umum digunakan perusahaan untuk mengarahkan komunikasi persuasif pada pembeli sasaran dan masyarakat. Menurut Lee dan Johnson yang dialihbahasakan oleh Mundar dan Priatna (2007:3). Periklanan adalah komunikasi komersil dan nonpersonal tentang sebuah organisasi dan produk-produknya yang ditransmisikan ke suatu khalayak target melalui media bersifat massal seperti televisi, *direct mail* (pengeposan langsung), radio, koran, majalah, reklame luar ruang, atau kendaraan umum. Periklanan pada dasarnya adalah bagian dari kehidupan industri *modern*. Kehidupan dunia *modern* saat ini sangat tergantung pada iklan, tanpa iklan para produsen dan distributor tidak akan dapat menjual produknya, sedangkan disisi lain para pembeli tidak akan memiliki informasi yang memadai mengenai produk barang dan jasa yang tersedia di pasar, apabila hal itu terjadi maka industri dan perekonomian *modern* pasti akan lumpuh. Sebuah perusahaan ingin mempertahankan tingkat keuntungannya, maka ia harus melangsungkan kegiatan periklanan secara memadai dan terus-menerus. Mengingat besarnya fungsi sebuah iklan maka pengadaan dan pelayanan jasa periklanan akan meningkat, sehingga industri periklanan berkembang pesat di Indonesia.

Pengadaan merupakan proses kegiatan untuk pemenuhan atau penyediaan kebutuhan dan pasokan barang atau jasa di bawah kontrak atau pembelian langsung untuk memenuhi kebutuhan bisnis. Untuk itu dalam proses pengadaan selalu diikuti dengan pelayanan jasa karena pengadaan dan pelayanan merupakan suatu kesatuan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan pelayanan sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain, dengan kata lain pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyudiakan kepuasan pelanggan.

Permasalahan pengadaan dan pelayanan jasa pada bidang *advertising* sering terjadi karena kurangnya informasi pada konsumen sehingga, untuk mencapai tujuan pengadaan dan pelayanan yang efisien dan efektif dibutuhkan prosedur administrasi dalam penerapan pengadaan dan pelayanan jasa *advertising*. Menurut Rasto (2015: 48), Prosedur merupakan istilah yang berkonotasi dengan urutan kegiatan yang direncanakan untuk menanganipekerjaan yang berulang, seragam dan tetap. Prosedur sangat erat kaitannya dengan administrasi karena suatu prosedur dapat berjalan dengan optimal apabila didukung dengan administrasi yang baik. Dalam kamus Bahasa Indonesia administrasi memiliki arti kata usaha dan kegiatan yang meliputi penetapan tujuan serta penetapan cara-cara penyelenggaraan pemerintahan; kegiatan kantor dan tata usaha, sedangkan menurut Usman (2006: 2) menyatakan pengertian administrasi dalam pengertian sempit dan administrasi dalam pengertian luas. Administrasi dalam pengertian sempit, yaitu pekerjaan yang berhubungan dengan ketatausahaan, sedangkan administrasi dalam pengertian luas ialah seni dan ilmu mengelola sumberdaya 7M + 1I (*man, money, material, machines, methods, marketing, and minutes + information*) untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Dengan penerapan prosedur administrasi di dalam pengadaan dan pelayanan jasa periklanan maka akan semakin memperlancar kegiatan operasional pada perusahaan.

Salah satu perusahaan yang menerapkan prosedur administrasi dengan baik adalah Exodus Advertising. Perusahaan yang berdiri di tahun 2009 ini menyediakan jasa periklanan dan jasa pengurusan pajak iklan. Dalam kegiatan operasionalnya Exodus Advertising menerapkan prosedur administrasi guna mencapai tujuan perusahaan secara efisien dan efektif salah satu contoh penerapan prosedur administrasi pada Exodus Advertising adalah dengan pengenalan perusahaan dengan mengirimkan *company profile*, mengirimkan surat penawaran, menerima surat *purchase order*, proses pengerjaan, laporan hasil kerja dan *invoice*.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dipilih judul praktik kerja lapangan “Prosedur Administrasi Pengadaan dan Pelayanan Jasa *Advertising* pada Exodus Advertising Surabaya”.

1.2 Tujuan Praktik Kerja Lapangan

Tujuan praktik kerja lapangan pada divisi *marketing* Exodus advertising Surabaya bagi mahasiswa adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengembangkan pengetahuan, ketrampilan dan kreativitas mahasiswa dalam dunia kerja.
2. Untuk mengenal dan mengetahui budaya kerja yang ada di PT Varia Internusa Perdana sehingga memudahkan proses adaptasi di lingkungan kerja nanti.
3. Untuk mengetahui kegiatan administrasi yang ada di perusahaan.
4. Untuk menambah wawasan dan mengetahui permasalahan yang ada di dalam perusahaan.

1.3 Manfaat Praktik Kerja Lapangan

Dengan terselenggaranya praktik kerja lapangan ini diharapkan dapat menghasilkan beberapa manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa
 - a. Dapat menambah wawasan baik secara teori maupun praktik yang berhubungan dengan kegiatan administrasi perkantoran di Exodus Advertising.
 - b. Meningkatkan kemampuan dan pengetahuan dalam penggunaan teknologi dalam bidang perkantoran dan memudahkan proses adaptasi dengan lingkungan kerja nantinya.
 - c. Dapat melatih kemampuan berkomunikasi secara *vertical* dan *horizontal* serta kemampuan bekerja sama dalam sebuah departemen kerja.
 - d. Dapat mengetahui prosedur administrasi pengadaan dan pelayanan jasa *advertising* di Exodus Advertising secara detail dan terperinci sebagai dasar pengerjaan laporan praktik kerja lapangan.
2. Bagi Perusahaan, dapat memberikan manfaat teknis dalam rangka meningkatkan pengelolaan prosedur administrasi pengadaan dan pelayanan jasa *advertising*.
3. Bagi Almamater, dapat meningkatkan hubungan kemitraan dengan perusahaan.

4. Bagi Pembaca, dapat menjadi referensi dalam penyusunan Laporan Praktik Kerja Lapangan sejenis pada masa yang akan datang khususnya pada pembahasan pengendalian persediaan.

1.4 Kegiatan Praktik Kerja Lapangan

Kegiatan praktik kerja lapangan bertempat di Exodus Advertising, dalam jangka waktu tiga bulan, terhitung mulai tanggal 15 Februari 2016 sampai dengan 15 Mei 2016. Exodus Advertising menerapkan sistem lima hari kerja dengan ketentuan tujuh jam kerja per hari, mulai Senin sampai dengan Jumat. Dimulai dari pukul 09.00–17.00 WIB, dengan waktu istirahat selama satu jam yaitu pukul 12.00–13.00 WIB. Jadwal yang mencakup waktu kegiatan dalam pemilihan tempat praktik kerja lapangan, survei lokasi, penyerahan proposal dan surat pengantar, pengajuan syarat praktik kerja lapangan, pelaksanaan praktik kerja lapangan, penyusunan laporan, bimbingan, dan revisi, serta penyerahan Laporan Praktik Kerja Lapangan yang disajikan dalam tabel 1.1.

Tabel 1.1 Jadwal Praktik Kerja Lapangan

No	Kegiatan	2016																							
		Januari				Februari				Maret				April				Mei				Juni			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Perencanaan PKL																								
2	Pengajuan Proposal PKL																								
3	Pelaksanaan PKL																								
4	Penyusunan Laporan PKL																								
5	Pengumpulan Laporan																								

BAB 2

PELAKSANAAN

PRAKTIK KERJA LAPANGAN

2.1 Gambaran Umum Perusahaan

2.1.1 Sejarah singkat perusahaan

Exodus Advertising merupakan sebuah usaha di bawah naungan PT Varia Internusa Perdana yang bergerak di bidang *outdoor media agency*. Selain Exodus Advertising PT Varia Internusa Perdana juga memiliki anak cabang lain yang bergerak di bidang konstruksi. Exodus Advertising didukung oleh tenaga-tenaga ahli dan profesional dengan kemampuan untuk memproduksi produk *billboard*, *mini billboard*, *neon box*, *neon signed*, *road signed*, bando jalan, baliho, balon udara, spanduk, umbul-umbul, *pole signed*, *branding mobile*, *digital printing* (*banner*, *vinyl*, *rinting*), dan juga pembuatan *videotron*, selain produk di atas, Exodus Advertising juga memiliki divisi yang senantiasa membantu untuk pengurusan pajak dan perijinan reklame, serta *production creative* tim yang sudah berpengalaman mengemas berbagai *event-event* yang efektif. Berdiri sejak awal tahun 2009 Exodus Advertising telah dipercaya untuk mengadakan *event* promosi dan pameran seperti: *grand opening* Mall Marvel City, pengadaan *shopsign* huwawei, pengadaan seragam CV Berkah Trisula, Jayanata Crismast Wonderland.

2.1.2 Visi, misi dan nilai perusahaan

Exodus Advertising memiliki visi “Menjadi *agency* nomor satu di Indonesia dengan kredibilitas terpercaya di bidang *outdoor advertising and marketing communication*. Exodus Advertising memiliki strategi untuk mencapai visi tersebut yang dituangkan ke dalam misi perusahaan sebagai berikut:

1. Menjadi rekanan bagi perusahaan-perusahaan besar di Indonesia
2. Berkomitmen menjaga kualitas produk dan meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan.
3. Memiliki kantor cabang di beberapa kota besar di Indonesia.

Demi mewujudkan visi dan misi perusahaan, Exodus Advertising bekerja dengan menanamkan nilai luhur dalam perusahaan yang dikenal dengan istilah H.O.P.E., antara lain :

1) *Highly Motivated*

Memiliki motivasi dari dalam diri untuk maju, sehingga terwujud keinginan untuk mencapai setiap target, belajar berbagai hal baru, dan terus berkembang serta berinovasi.

2) *Outstanding*

Bergairah dengan tantangan dan target yang luar biasa.

3) *Persistence*

Memiliki kegigihan dan ketangguhan dalam menghadapi setiap tantangan. Tidak mudah menyerah dan terus bangkit saat mengalami kegagalan.

4) *Empowerment*

Setiap orang harus dipersiapkan untuk menjadi calon-calon pemimpin baru, untuk dipercaya kepada level yang lebih tinggi.

2.1.3 Logo perusahaan

Logo atau lambang Exodus Advertising dapat dilihat pada gambar 2.1.

Gambar 2.1 Logo Exodus Advertising



Sumber: data internal perusahaan (2016).

Logo Exodus Advertising memiliki makna yang mencerminkan harapan dan tujuan berdirinya perusahaan, logo Exodus Advertising merefleksikan:

1) Warna Biru

Secara psikologis warna biru dapat memberikan kesan ketenangan. Warna biru memberikan arti bahwa dengan kinerja profesional dan pelayanan yang diberikan oleh Exodus Advertising, pelanggan dapat dengan yakin, tenang, dan percaya

bahwa mereka sedang bekerjasama dengan pihak yang dapat diandalkan dan dapat dipercaya. Warna biru juga merupakan warna langit yang memberikan makna bahwa Exodus Advertising memiliki standard yang tinggi untuk setiap hasil (*output*) pekerjaannya.

2) Warna Putih

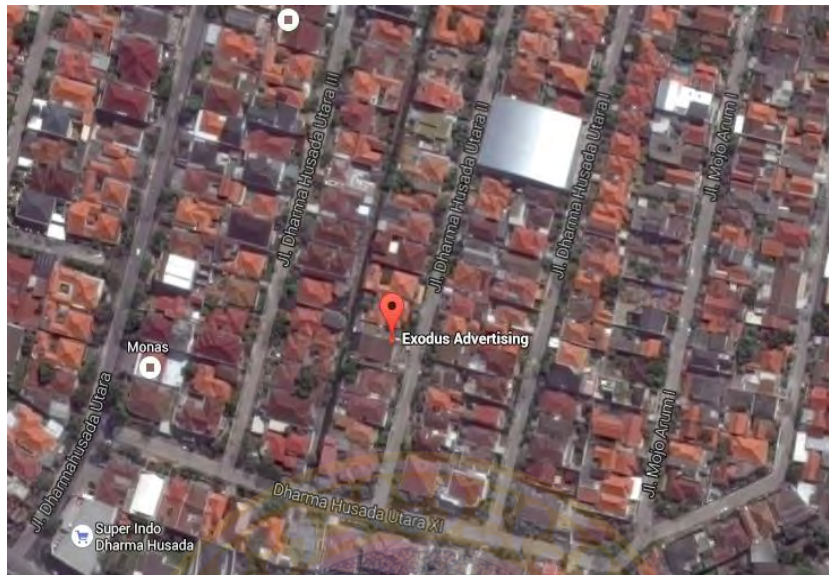
Warna putih menggambarkan transparansi, keterbukaan, atau kejujuran baik di lingkungan internal maupun di lingkungan eksternal perusahaan. Pendekatan secara terbuka adalah dasar untuk menangani suatu permasalahan. Warna putih juga melambangkan kredibilitas yang baik. Hal itulah yang terus dijaga oleh Exodus Advertising saat membangun kerjasama dengan pelanggan, karena nama baik jauh lebih penting daripada profit.

3) Nama Exodus

Arti nama Exodus berasal dari bahasa Yunani yang artinya “Pergi ke luar”. Sering diidentikkan dengan peristiwa keluarnya Bangsa Israel dari perbudakan Mesir yang telah terjadi selama 400 tahun. Untuk keluar dari Mesir, dibutuhkan keberanian. Filosofi inilah yang mendasari pemilihan nama Exodus. Untuk bisa sukses dalam hal apapun langkah pertama yang harus ditempuh adalah harus memiliki keberanian. Dengan kata lain, Exodus Advertising adalah sebuah usaha yang didirikan dengan keyakinan dan keberanian.

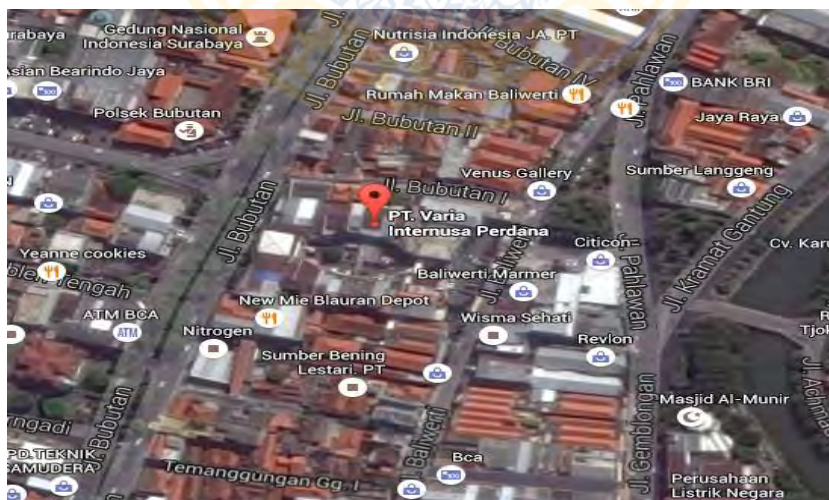
2.1.4 Lokasi perusahaan

Lokasi sebuah perusahaan sangat menentukan eksis atau tidaknya sebuah perusahaan karena lokasi yang strategis memiliki nilai jual tersendiri bagi perusahaan, oleh sebab itu Exodus Advertising dengan cermat memilih lokasi yang membantu menunjang eksistensi perusahaan agar mudah dikenali oleh konsumen dengan memiliki dua gedung operasional yang berjalan berdampingan Exodus Advertising mengharapkan agar lokasi yang dipilih mudah dijangkau oleh para konsumen. Lokasi yang pertama berada di Jalan Dharmahusada Utara 2 No. 27–29 Surabaya, gedung ini difungsikan sebagai operasional *workshop*, untuk lebih jelas tentang lokasi perusahaan dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 2.2 Lokasi Kantor Oprasional Exodus Advertising

Sumber: google map (2016)

Untuk kantor pusat PT Varia Internusa Perdana beralamat di Jalan Baliwerti 119–121 Kav 24–25 Alun-alun contong Bubutan, Surabaya yang akan dijelaskan pada gambar berikut:

Gambar 2.3 Lokasi Kantor Pusat PT Varia Internusa Perdana

Sumber: google map (2016)

2.1.5 Prinsip tata kelola perusahaan

Dalam pelaksanaan operasional manajemen Exodus Advertising memiliki kebijakan tersendiri terlepas dari PT Varia Internusa Perdana, dalam hal ini PT Varia Internusa Perdana hanya melakukan pengawasan dan menyerahkan semua kegiatan kepada Exodus Advertising. Sebagai bentuk pertanggungjawaban kinerja perusahaan Exodus Advertising melaporkan perkembangan usaha, laporan keuangan dan *daily report* karyawan yang akan dilaporkan dalam rapat triwulan yang rutin diadakan setiap tiga bulan sekali. Hal ini dilakukan sebagai tolak ukur dan evaluasi kinerja perusahaan serta menjaga komunikasi bisnis yang berada didalam naungan PT Varia Internusa Perdana.

2.1.6 Struktur organisasi perusahaan

Struktur organisasi di dalam perusahaan diperlukan sebagai dasar pembagian kerja, sehingga fungsi-fungsi manajemen dalam perusahaan dapat berjalan secara efisien dan efektif. Berikut struktur organisasi Exodus Advertising yang dijelaskan dalam bentuk bagan pada gambar 2.4.

Gambar 2.4 Bagan Organisasi PT Exodus Advertising



Sumber: data internal perusahaan (2016)

Dari gambar 2.4 dapat dilihat bahwa di dalam kegiatan operasionalnya Exodus Advertising telah terbagi menjadi beberapa divisi dimana pada masing-masing divisi memiliki kewajiban dan tanggung jawab yang berbeda, sehingga dengan adanya struktur organisasi yang telah dibentuk ini pembagian *Job*

description dari masing-masing divisi ditentukan oleh perusahaan sebagai berikut:

1. Direktur Operasional

- 1) Memberi arahan kepada seluruh tim tentang kemana dan bagaimana perusahaan akan bergerak setiap tahun.
- 2) Memberikan strategi-strategi untuk mencapai visi dan misi yang direncanakan.
- 3) Memberikan solusi akhir terhadap semua permasalahan di perusahaan.
- 4) Melakukan kontrol terhadap kinerja seluruh tim dalam perusahaan.
- 5) Menerima laporan dari manager operasional terkait seluruh aktivitas dari tiap divisi dalam perusahaan
- 6) Bertanggung jawab terhadap keuntungan atau kerugian yang terjadi di Perusahaan

2. Manajer Operasional

- 1) Membantu direktur operasional dalam mengatur dan mengontrol kinerja seluruh divisi dalam perusahaan.
- 2) Melakukan perhitungan RAB seluruh proyek dalam perusahaan.
- 3) Melakukan pengawasan terhadap kinerja tim produksi (*workshop*).
- 4) Bertanggung jawab terhadap kualitas dan proses kerja seluruh tim produksi.
- 5) Memberikan laporan mingguan dan bulanan kepada direktur operasional terkait seluruh aktivitas dari tiap divisi dalam perusahaan.

3. *Admin & Accounting*

- 1) Membantu tim *marketing* dalam menjalankan proses administrasi dan pengarsipan seluruh database *customer* yang diperlukan.
- 2) Membuat *confirmation order*, setelah mendapat konfirmasi penjualan dari tim *marketing*, serta melakukan *follow up* penyelesaian administrasi yang diperlukan dari *customers*.
- 3) Membuat laporan keuangan dan bertanggung jawab terhadap seluruh arus uang masuk dan keluar.
- 4) Membuat laporan pajak.

- 5) Melakukan *cost control*, dan memberikan *advice* kepada direktur operasional.

4. *Workshop*

- 1) SPV *Workshop* berkoordinasi dengan manager operasional terkait seluruh proyek yang dijalankan di perusahaan.
- 2) SPV *Workshop* melakukan pengawasan & kontrol terhadap seluruh pekerja (*handyman*) dalam proyek.
- 3) SPV *Workshop* menjalankan tugas *survey* lokasi apabila dibutuhkan.
- 4) SPV *Workshop* wajib melakukan update berbagai harga material proyek.

5. Desain Grafis

Desain Grafis menjalankan proses desain materi-materi visual yang dibutuhkan sesuai dengan tenggat waktu yang ditetapkan.

6. *Marketing*

- 1) Melakukan penawaran, *follow up*, dan negosiasi dengan *customers*, serta bertanggung jawab terhadap target penjualan yang telah diberikan.
- 2) Berkoordinasi dengan admin *marketing*, untuk proses pengarsipan seluruh materi penawaran, database *customer*, serta berkas-berkas penting lainnya yang terkait.
- 3) Melakukan pendekatan *After Sales Service*, sebagai bagian dari strategi untuk membina hubungan jangka panjang dengan *customers*.
- 4) Mengetahui kondisi persaingan di pasar, mulai dari persaingan harga, produk, dan berbagai hal lainnya, guna melakukan evaluasi strategi penjualan yang diperlukan.

7. HRD & Legal

- 1) Melakukan kontrol terhadap kinerja dan *attitude* seluruh karyawan dalam perusahaan.
- 2) Membuat penilaian kinerja seluruh karyawan tiap bulan, 6 bulan, dan tiap tahun, dan memberikan laporannya kepada manager operasional.
- 3) Membuat aktivitas yang berkaitan dengan peningkatan motivasi dan semangat kerja seluruh karyawan, serta melakukan evaluasi terkait dampaknya bagi perusahaan.

- 4) Mengurus seluruh proses legalitas yang diperlukan, serta membuat berbagai surat kontrak kerjasama kepada pihak ketiga (apabila diperlukan).

2.2 Deskripsi Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan

Selama melaksanakan praktik kerja lapangan mahasiswa ditempatkan pada bagian marketing dan diberi tanggung jawab sebagai seorang admin marketing. Dalam kesempatan ini mahasiswa berkesempatan untuk melakukan aktivitas yang berhubungan dengan kegiatan administrasi perkantoran, menggunakan mesin-mesin yang berhubungan dengan kegiatan administrasi, serta berinteraksi dan bersosialisasi dengan lingkungan perusahaan. Kegiatan yang dilakukan mahasiswa selama praktik kerja lapangan sebagai admin marketing adalah sebagai berikut:

1. Menulis dan merekap buku agenda surat masuk dan surat keluar
Pencatatan surat masuk dan keluar pada buku agenda surat dilakukan sesuai dengan prosedur perusahaan. Buku agenda surat masuk digunakan untuk mencatat surat yang diterima oleh perusahaan dan buku agenda surat keluar digunakan untuk mencatat surat yang dikeluarkan oleh perusahaan.
2. Mengarsip surat masuk dan surat keluar
Kegiatan mengarsip dilakukan secara manual, sebab perusahaan Exodus Advertising yang tergolong perusahaan baru belum memiliki sistem pengarsipan yang rapih dan terkomputerisasi.
3. Memperbaharui database *customers*
Pembaharuan database *customers* dilakukan setiap satu minggu sekali dari hasil kinerja tim *marketing* yang mencari *customers* baru.
4. Menjadi notulen rapat saat *meeting* dengan *client*
Membuat agenda rapat, daftar hadir rapat, mencatat hasil rapat kemudian melaporkan hasil rapat yang telah dilaksanakan.
5. Mengirim *company profile* via email
Membantu tim *marketing* untuk membuat dan mengirimkan *company profile* kepada *customers*.

6. Membuat surat penawaran

Membantu tim *marketing* membuat dan mengirimkan surat penawaran yang akan dikirimkan kepada *customers*.

7. Memperbaharui *pricelist* produk

Memperbaharui *pricelist* produk apabila ada peubahan produk atau penambahan wilayah billboard yang dimiliki.

8. Membuat laporan hasil pekerjaan

Membuat laporan pekerjaan dilakukan setiap pengerjaan suatu proyek telah diselesaikan sebagai bukti untuk *customer* jika proyek yang direncanakan telah diselesaikan dengan baik.

9. Merekap *report* staf *marketing*

Merekap *report* staf *marketing* dilakukan setiap hari sebagai bahan evaluasi hasil pekerjaan staf *marketing* apakah sudah mencapai target yang telah ditentukan atau belum.

Di dalam melakukan suatu pekerjaan tentunya tidak selamanya berjalan sesuai dengan yang diharapkan, begitu pula selama melakukan praktik kerja lapangan terdapat kendala yang harus dihadapi sehingga akan mengganggu kelancaran pekerjaan yang harus diselesaikan. Kendala-kendala yang dihadapi selama kegiatan berlangsung adalah sebagai berikut:

1. Pada kegiatan pengarsipan

Prosedur pengarsipan yang belum rapih dan terkomputerisasi sehingga sering kesulitan dalam menemukan kembali berkas atau dokumen yang dibutuhkan dan rawan kehilangan.

2. Kelengkapan form

Dalam segala aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan belum semuanya memiliki form, sehingga setiap karyawan memiliki hasil pekerjaan yang berbeda, misalkan pada tim *marketing* yang diwajibkan melaporkan hasil kinerjanya setiap hari antara karyawan satu dan karyawan lainnya memiliki format *report* yang berbeda sehingga saat *admin marketing* diminta untuk merekap *report* seluruh karyawan *marketing* mengalami kesulitan dan

membutuhkan waktu yang lama untuk menyelesaikan agar laporan yang diberikan rapih dan *informative*.

3. Kesulitan dalam sistem kerja karyawan karena setaip karyawan mwiliki budaya kerja yang berbeda-beda.

2.3 Pembahasan

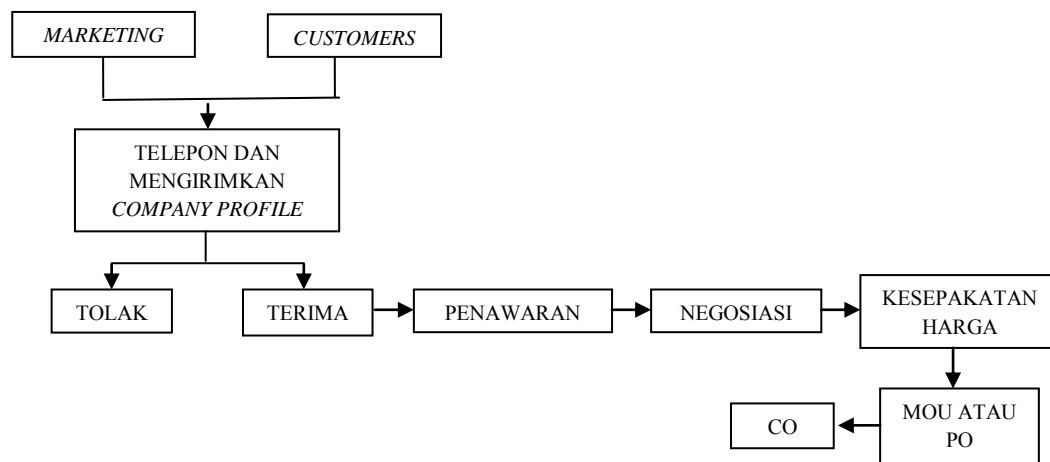
Suatu perusahaan dikatakan berjalan lancar apabila pelaksanaan kegiatan operasionalnya dilakukan secara terprosedur. Pelaksanaan prosedur tidak terlepas dari kegiatan administrasi oleh sebab itu Exodus Advertising menerapkan sebuah sistem administrasi dalam kegiatan operasional pengadaan dan pelayanan jasa *advertising* guna memudahkan proses pengerjaan. Secara garis besar prosedur pengadaan dan pelayanan jasa *Advertising* Exodus Advertising dapat dijelaskan melalui gambar 2.5 berikut:

Gambar 2.5 Prosedur Pengadaan dan Pelayanan Jasa Advertising



Dari gambar di atas dapat dilihat bahwa prosedur administrasi pengadaan dan pelayanan jasa *advertising* diawali dengan kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh tim marketing yang menawarkan produk hingga terjadi akad pembelian, sehingga proses pengerjaan dapat dilaksanakan. Prosedur yang dilakukan tersaji pada gambar 2.6.

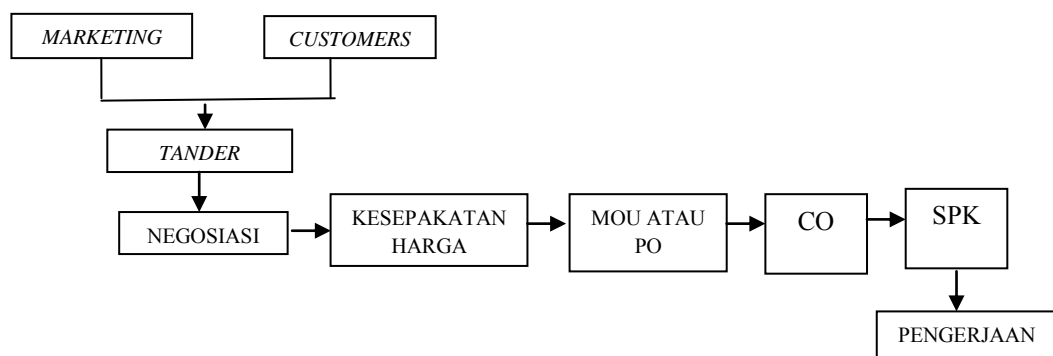
Gambar 2.6 Prosedur Pemasaran Exodus Advertising



Prosedur pemasaran dijalankan berdasarkan *Standard Operating Procedure (SOP)*. Dalam proses administrasi Exodus Advertising melakukan prosedur yang berbeda antara *customers* lama dan *customers* baru. Exodus Advertising mengirimkan *company profile* kepada *customer* baru sebagai pengenalan bisnis yang diharapkan dapat menjalin kerjasama dan memperluas relasi bisnis, sedangkan pada *customers* lama yang telah terjalin hubungan kerjasama Exodus Advertising menawarkan produk melalui via telepon. Apabila *customer* menerima tawaran dan bersedia menggunakan jasa atau produk dari Exodus Advertising selanjutnya melakukan tahap negoisasi harga hingga mendapatkan harga akhir yang telah disepakati yang akhirnya kesepakatan tersebut menjadi sebuah kerjasama bisnis yang terjalin diantara kedua belah pihak.

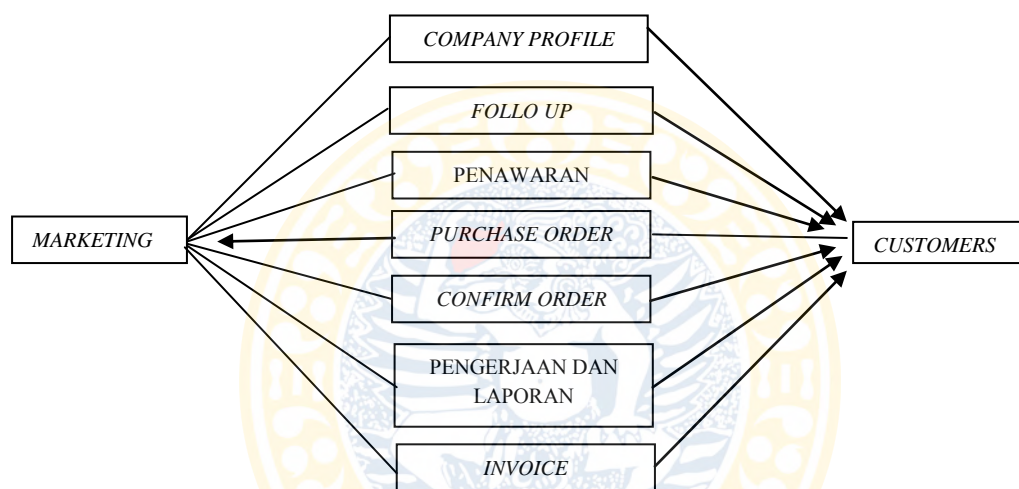
Di dalam kerjasama yang telah terjalin sebelumnya dibedakan terlebih dahulu berdasarkan sifatnya. Pertama kerjasama yang bersifat jangka panjang menggunakan kontrak kerja atau yang biasa disebut *Memorandum of Understanding (MOU)* yang telah disetujui dan ditandatangani oleh kedua belah pihak. Berisi kesepakatan bersama tentang hak dan kewajiban yang harus dipenuhi masing-masing pihak agar tidak terjadi wanprestasi. Sedangkan kerjasama yang sifatnya jangka pendek digunakan perjanjian kerjasama berupa *Purchasing Order (PO)* yang dikirimkan oleh pelanggan kepada perusahaan dan *Confirmation Order (CO)* yang dikirimkan perusahaan kepada pelanggan. Untuk lebih jelas tentang prosedur kerjasama pada Exodus Advertising dapat dilihat pada gambar 2.7 berikut:

Gambar 2.7 Prosedur Kerjasama



Prosedur pengadaan jasa advertising yang dimaksudkan disini adalah Exodus Advertising menyediakan jasa pembuatan *billboard*, *neonbox*, *baliho*, umbul-umbul dan *uniform*. Dalam kegiatan pengadaan ini yang bertanggung jawab adalah tim *workshop* yang diawasi langsung oleh manager operasional. Dalam kegiatan pengadaan Exodus Advertising memiliki tahapan-tahapan yang harus dilakukan yang dapat dilihat pada gambar 2.8 berikut ini:

Gambar 2.8 Prosedur Pengadaan Jasa Advertising



1. Mengirimkan *Company Profile*

Untuk mendapatkan *customers staff marketing* Exodus Advertising akan mengirim surat perkenalan yang berisi *company profile* untuk memperkenalkan produk perusahaan kepada *customers*. Setelah mengirimkan *company profile* *staff marketing* akan melakukan *follow up* via telpon kepada calon *customers* yang telah menerima surat perkenalan. Disini *skill* seorang marketing akan diuji karena *follow up* bukan hanya sekedar mengingatkan penerimaan tetapi juga *melobby* calon *customers* agar tertarik menggunakan jasa yang ditawarkan.

2. Mengirimkan Surat Penawaran

Setelah *marketing* berhasil menyakinkan *customers* yang tertarik untuk menggunakan jasa Exodus Advertising selanjutnya *customers* akan meminta Exodus Advertising untuk mengirimkan penawaran harga.

Bagian *marketing* akan mengirimkan surat penawaran yang berisi rincian produk dan harga untuk proses negosiasi.

3. Menerima Surat *Purchase Order* (PO)

Setelah menemukan kesepakatan dari hasil negosiasi, selanjutnya *customers* akan mengirimkan PO (*purchase order*) kepada Exodus Advertising sebagai daftar order menggunakan jasa yang telah ditawarkan. *Purchase order* atau yang dikenal dengan PO merupakan salah satu jenis surat bisnis yang dijumpai ketika melakukan *order* atau pemesanan kepada perusahaan rekanan atau *supplier*, setiap konsumen yang akan melakukan order diminta untuk mengirimkan PO baik via fax, email, maupun pos surat *purchase order*. Surat ini akan digunakan para *supplier* untuk mengetahui secara detail barang-barang apa saja yang kita pesan. Ini berguna untuk mengatasi kesalahan dalam memproduksi pesanan. Selain itu, Surat *purchase order* juga akan digunakan sebagai file dan bagi bagian *accounting* keuangan atau pembukuan. Surat *purchase order* ini akan dijadikan bukti transaksi laporan keuangan. Di dalam *purchase order* harus memuat dengan jelas jenis barang yang kita pesan, jumlah yang kita pesan, *spesifikasi* atau permintaan khusus bila ada, tanggal pengiriman, serta yang tidak kalah pentingnya adalah harus mencantumkan nomer PO. Nomer PO ini merupakan hal yang sangat penting dalam surat *purchase order*. Biasanya kita maupun perusahaan rekanan akan melakukan *track* (penelusuran) *order* melalui nomer surat *purchase order* ini bila dikemudian hari terjadi kekeliruan ataupun masalah.

4. Mengirimkan Surat *Confirm Order* (CO)

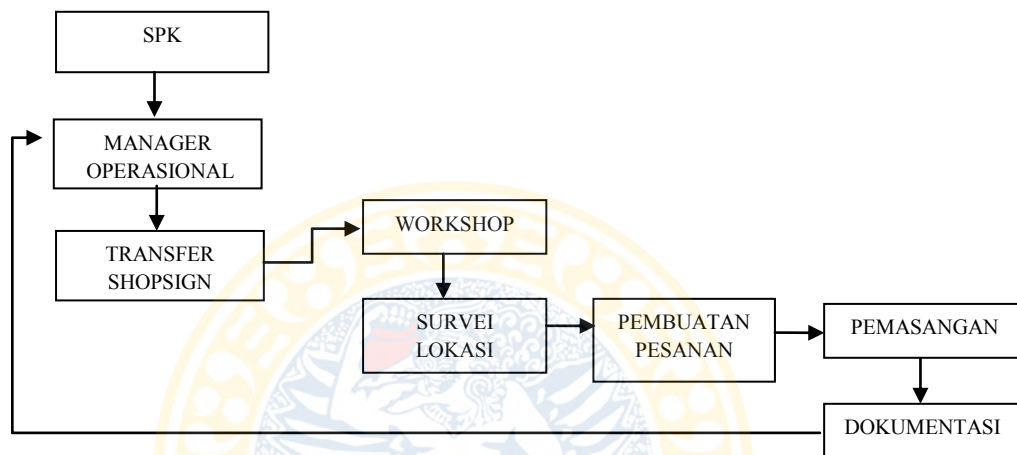
Setelah menerima surat *purchase order* (PO) dari konsumen, Exodus Advertising mengirimkan surat balasan berupa surat *confirm order* (CO). *Confirm order* dikirimkan sebagai bentuk konfirmasi bahwa *customers* bersedia menggunakan jasa yang kita tawarkan. Didalam surat *confirm order* menyertakan kembali jenis produk yang dipesan bertujuan untuk memastikan apakah barang yang dipesan sudah benar

dan tepat, selain itu tata cara pembayaran disertakan didalam surat *confirm order*.

5. Proses Pengerjaan dan Laporan

Proses pengerjaan dilakukan sesuai dengan alur yang dijelaskan pada Gambar 2.9.

Gambar 2.9 Prosedur Pengerjaan Pengadaan Jasa Advertising



Gambar 2.9 di atas dapat dijabarkan alur pengerjaan yang dilakukan oleh Exodus Advertising sebagai berikut:

- Customers* memberikan surat perintah kerja (SPK). Manager operasional yang telah menerima surat perintah kerja selanjutnya berkoordinasi dengan tim *workshop* untuk memulai pekerjaan penyelesaian proyek.
- Manager operasional memberikan *sopsign* dari *customers* untuk dipelajari tim desain, hal ini dilakukan untuk penyesuaian kualitas gambar menurut standart percetakan.
- Survei lokasi tidak dilakukan pada semua pekerjaan *advertising*. Survei yang dilakukan oleh tim *workshop* biasanya pada proses pengerjaan *billboard*, *neonbox*, dan *baliho*. Dalam melakukan survei tim yang bertugas diharuskan membawa dan mengisi form pengukuran outlet untuk menghindari kesalahan cetak pada ukuran *shopsign* sehingga *billboard*, *neonbox*, dan *baliho* yang dibuat

sesuai dengan lokasi pemasangan. Form survei dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Gambar 2.10 Form Persetujuan Pengukuran Outlet

FORM PERSETUJUAN PENGUKURAN OUTLET

Nama Outlet : *Discovery*
 Jenis Outlet :
 Alamat : *Jl. Widyadarmasari No. 17 Pongkor*
 Telp / HP : *Handoko*
 Nama Pemilik : *08543310050*

Bersama ini mengetahui dan menyetujui area yang akan di branding dengan item berikut :

NO	ITEM	JUMLAH	UKURAN	POSISI	DESIGN	KETERANGAN
1	Neon Box	1	P 620 x 142 cm	Depan Toko		
2	Billboard 10m x 5m	1	P 5000 x 2000 cm	di atas samping kanan VIVO		
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						
16						
17						

Demikian Surat Pernyataan ini dibuat, agar dapat digunakan dengan semestinya.

Pihak Outlet, *[Signature]* Pihak Vendor, *[Signature]* Pihak Client, *[Signature]*

Nama : *Handoko* Nama : *[Blank]* Nama : *[Blank]*
 Tgl : *14 Feb 2016* Tgl : *[Blank]* Tgl : *[Blank]*

* CATATAN: Substansi stamp toko serta lampirkan form layout untuk memperjelas posisi

Sumber: data internal perusahaan (2016)

d) Pembuatan Pesanan

Yaitu proses dimana *shopsign* yang telah dicetak dipasang pada *billboard*, *neonbox*, dan *baliho* yang telah dibuat. Proses pekerjaan ini biasanya berjalan selama 3 sampai 5 hari sesuai dengan tingkat kesulitan dan ukuran yang dipesan oleh *customers*.

e) Pemasangan

Pada tahap ini *billboard*, *neonbox*, dan *baliho* yang sudah selesai siap untuk dipasang pada lokasi yang sesuai dengan pesanan atau yang tertera pada CO. Dalam proses pemasangan ini tim *workshop* akan diberi surat berita acara yang berguna sebagai tanda izin pemasangan, selain itu berita acara dapat digunakan juga sebagai tanda bukti bahwa pekerjaan telah selesai dilakukan sehingga Exodus Advertising dapat menerbitkan *invoice*.

f) Dokumentasi

Tim *workshop* diminta melakukan pengambilan gambar mulai dari proses pembuatan hingga pemasangan selesai. Hal ini bertujuan untuk dokumentasi yang digunakan sebagai syarat pembuatan laporan hasil kerja.

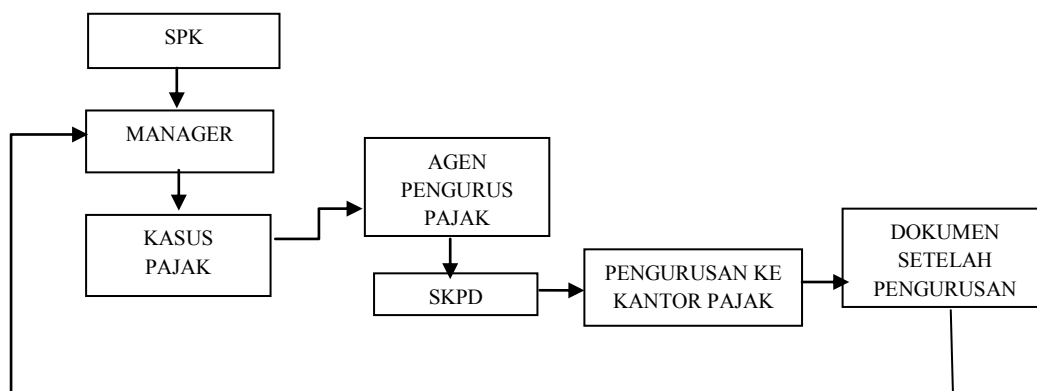
Disinilah yang dimaksud proses pengadaan terjadi, dari sebuah dokumen atau form yang berupa tulisan akan menjadi sebuah produk yang mempunyai nilai jual.

6. Laporan Hasil Kerja dan *Invoice*

Setelah proses produksi selesai Exodus Advertising membuat laporan hasil kerja sebagai bukti bahwa pekerjaan telah diselesaikan dilampirkan invoice untuk biaya yang harus dikeluarkan.

Selain pengadaan barang Exodus Advertising juga menyediakan jasa pengurusan pajak untuk periklanan. Untuk prosedur pelayanan jasa advertising memiliki kesamaan dengan prosedur pengadaan barang yang dimulai dari pengiriman *company profile*, melakukan *follow up*, mengajukan penawaran, selanjutnya penerimaan *purchase order* yang tidak lanjut oleh pengiriman *confirm order*, berlanjut pada proses pengerjaan dan berakhir pada pengiriman *invoice*. Disini yang membedakan hanya pada proses pengerjaan. Prosedur pengerjaan pelayanan jasa *advertising* akan di jelaskan pada gambar 2.11 di bawah ini:

Gambar 2.11 Prosedur Pengerjaan Pelayanan Jasa Advertising



Dari gambar 2.11 di atas dapat dijabarkan alur pengerjaan yang dilakukan oleh Exodus Advertising sebagai berikut:

- 1) *Customers* memberikan surat perintah kerja (SPK). Manager operasional yang telah menerima surat perintah kerja selanjutnya berkoordinasi dengan agen pengurus pajak untuk memulai pekerjaan.
- 2) Manager operasional memberikan data pengurusan pajak dan permasalahan pajak yang dihadapi oleh *customers* dipelajari agen pajak.
- 3) Surat Surat Ketetapan Pajak daerah (SKPD) dilampirkan untuk pengerjaan berupa pengurusan pajak. Untuk harga pengurusan pajak sudah ditentukan dari masing-masing pemerintah kota daerah yang bersangkutan.
- 4) Selanjutnya agen melakukan pengurusan pajak ke kantor pajak sesuai dengan prosedur yang ada di kantor pajak setiap masing-masing daerah.
- 5) Dokumen setelah pengurusan pajak kemudian diberikan ke manager operasional yang nantinya akan dikembalikan kepada *customers*.

Manfaat jasa pelayanan pajak yang diterapkan oleh Exodus Advertising adalah sebagai sarana *remainder* jadi Exodus Advertising akan mengingatkan perusahaan yang menjadi konsumen untuk melakukan pembayaran pajak periklanan agar tidak mengalami keterlambatan yang akan mendapat denda.

Penerapan prosedur administrasi pengadaan dan pelayanan jasa *advertising* pada, tentu saja tidak terlepas dari kendala, faktor kendala yang terjadi adalah:

1. Penomoran surat keluar pada Exodus Advertising beracuan pada pembuatan nomer surat yang terakhir dibuat. Namun sering terjadinya kasus pengeluaran nomer surat ganda. Hal ini terjadi karena pembuatan surat tidak dilakukan oleh satu orang, sehingga ketika tim *marketing* membuat surat keluar secara bersama-sama memungkinkan hal ini terjadi sebab belum ada
2. Kehilangan dokumen, hal ini disebabkan karena belum ada prosedur peminjaman dokumen sehingga dokumen yang dipinjam tidak dapat dilacak keberadaannya.



BAB 3

SIMPULAN DAN SARAN

3.1 Simpulan

Berdasarkan latar belakang dan pembahasan, prosedur administrasi pengadaan dan pelayanan jasa *advertising* sangat diperlukan dalam penunjang aktivitas operasional perusahaan. Dengan adanya prosedur administrasi dalam aktivitas operasional karyawan akan sangat terbantu dalam mengerjakan pekerjaan, sehingga pekerjaan yang dilakukan bisa berjalan dengan efektif dan efisien. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa:

1. Prosedur pengadaan dan pelayanan jasa *advertising* memiliki fungsi yang sangat penting bagi kegiatan operasional Exodus Advertising guna mempermudah pekerjaan.
2. Prosedur administrasi dalam pengadaan dan pelayanan jasa *advertising* yang diterapkan pada Exodus Advertising adalah melakukan prosedur pemasaran, pembelian, dan pengerjaan.
3. Prosedur pemasaran yang diterapkan oleh Exodus Advertising dimulai dengan menelepon *customers*, melakukan penawaran, negosiasi harga, kesepakatan harga, membuat *MOU* atau *PO*, yang diakhiri oleh pengiriman *CO. Purchase order* dan *confirm order* merupakan bukti kesepakatan kerjasama yang dilakukan oleh *customer* dan Exodus Advertising
4. Dalam penerapan prosedur pengadaan dan pelayanan jasa *advertising* secara keseluruhan memiliki kesamaan, disini yang membedakan hanya pada penerapan surat berita acara serah terima pada prosedur pengadaan sedangkan surat ketetapan pajak daerah pada prosedur pelayanan pajak.
5. *Follow up* merupakan kunci dari keberhasilan tim *marketing* untuk mendapatkan *tander*, karena perusahaan yang bergerak di bidang jasa komunikasi bisnis sangat berperan penting untuk membuka peluang dan salah satu sarana komunikasi bisnis ini adalah *follow up*.

3.2 Saran

Berdasarkan pembahasan dan simpulan di atas, maka dapat dikemukakan beberapa saran sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan perusahaan dan almamater, di antaranya adalah:

1. Bagi Perusahaan

- a. Perlu adanya pembenahan pada sistem arsip agar dapat memudahkan pencarian dokumen dan meminimalisir kehilangan dokumen.
- b. Diperlukan sebuah prosedur peminjaman dokumen sehingga apabila terjadi kehilangan dokumen dapat dilacak berdasarkan data peminjaman yang tertera pada prosedur peminjaman.
- c. Sebaiknya Exodus Advertising menerapkan prosedur penulisan nomer surat agar tidak terjadi penumpukan nomer surat keluar.
- d. Alangkah baiknya dalam setiap kegiatan operasional dilengkapi dengan adanya form sehingga pekerjaan akan lebih efektif dan hasilnya terlihat rapih karena terseragam.
- e. Selalu menjaga hubungan, komunikasi serta interaksi yang baik dengan atasan, karyawan yang lain.

2. Bagi Almamater

- a. Lebih meningkatkan kerja sama dengan perusahaan sehingga terjalin hubungan baik yang bertujuan untuk mempermudah lulusan Fakultas Vokasi dalam memasuki dunia kerja.
- b. Perlunya penyetaraan kurikulum akademik dengan penerapan operasional yang ada di perusahaan sehingga mahasiswa dapat dengan mudah mengikuti perkembangan ilmu dan teknologi yang terus berkembang di dunia kerja nantinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Desy.2005. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Surabaya: Amalia
- ALee, M & Johnson, C.2007. *Prinsip-prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*. Diterjemahkan oleh Haris Munandar dan Budi Priatna
Jakarta: Prenada Media Group.
- Rasto.2015. *Manajemen Perkantoran*, cetakan pertama, Bandung: Alfabeta
- Usman, Husaini (2006), *Manajemen: Teori, Praktik dan Riset Pendidikan*,
Jakarta, PT Bumi Aksara

